

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในสินค้ากับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในแต่ละรายการสินค้า (ประเทศมาเลเซียเป็นคู่แข่งในสินค้าเครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ ประเทศเกาหลีใต้เป็นคู่แข่งในสินค้านำรถยนต์อุปกรณ์และส่วนประกอบ และในสินค้าแผงวงจรไฟฟ้า ประเทศอินเดียเป็นคู่แข่งในสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ และประเทศอินโดนีเซียเป็นคู่แข่งในสินค้านำขางพารา) และศึกษาศักยภาพการส่งออกสินค้าของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ (สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น จีน สิงคโปร์ และฮ่องกง) เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2547-2552 วิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีส่วแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Analysis--CMS)

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบของการส่งออกเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ พบว่า ในช่วงแรกประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่าประเทศมาเลเซียแต่ในช่วงที่สองประเทศไทยมีความได้เปรียบมากกว่าประเทศมาเลเซียเนื่องจากค่า RCA ที่คำนวณได้ในช่วงที่สองของประเทศไทยมากกว่ามาเลเซีย ส่วนการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และแผงวงจรไฟฟ้า พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่าสาธารณรัฐเกาหลีได้ทั้งสองช่วงเวลา ส่วนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่าประเทศอินเดียทั้งสองช่วงเวลา และการส่งออกขางพารา พบว่า ในช่วงแรกประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าประเทศอินโดนีเซียแต่ในช่วงที่สองมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่า

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทย พบว่า มูลค่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกส่งออกสินค้าสำคัญของไทยเพิ่มขึ้นมีผลมาจากปัจจัยทางด้านการขยายตัวของตลาดโลกและผลจากด้านความสามารถในการแข่งขัน ส่วนผลทางด้านส่วนประกอบสินค้าและผลด้านการกระจายตลาดส่งผลเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้มูลค่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกสินค้าสำคัญของประเทศไทยลดลง

In this thesis, the researcher analyzes comparative advantage in the export of a variety of products exported by significant competitors of the Kingdom of Thailand (Thailand). The Federation of Malaysia (Malaysia) is an important competitor in the export of computers, computer equipment, and computer parts. The Republic of Korea (South Korea) is a significant competitor in the export of vehicles, vehicular equipment and vehicular parts in addition to electrical circuit boards. The Republic of India (India) is a serious competitor in the export of jewelry and ornaments, while this is the case with the Republic of Indonesia (Indonesia) in respect to rubber products.

The researcher additionally studies the export potential of Thailand in relation to its important trade partners, viz., the United States of America (USA), Japan, the People's Republic of China (PRC), the Republic of Singapore (Singapore), and the Hong Kong Special Administrative Region (Hong Kong).

The comparisons made by the researcher in respect to important competitors pertain to the period between 2004 and 2006 and the period between 2007 and 2009. In analyzing the relevant data from these periods, the researcher had recourse to the method of constant market share analysis (CMS).

Findings are as follows:

In respect to the comparative advantage analysis of the export of computers, computer equipment and computer parts, the researcher found that the comparative advantage of Thailand in the first period (2004-2006) was less than that of Malaysia. However, in the second period (2007-2009), the comparative advantage of Thailand was greater than that of Malaysia as determined by revealed comparative advantage (RCA) computations.

Regarding the export of vehicles, vehicular equipment, and vehicular parts in addition to electrical circuit boards, South Korea enjoyed a higher comparative advantage than Thailand in both periods under consideration in this inquiry.

Concerning the export of jewelry and ornaments, the researcher determined that the comparative advantage of Thailand was less than that of India in both periods considered.

Insofar as the export of rubber is concerned, Thailand enjoyed a greater comparative advantage in the first period under consideration (2004-2006), whereas in the second period examined (2007-2009) the comparative advantage of Thailand was less than that of Indonesia.

The findings of the researcher in respect to the analysis of Thailand's market share showed that changes in the value of Thailand's most important export products increased. This increase was brought about as a consequence of the expansion of the world market and Thailand's enhanced competitive capacity. Finally, the researcher also determined that the factors affecting decreases in the value of Thailand's exports were the factors of product components and market distribution.